PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT
DI KOTA PALEMBANG

Skripsi

Nama : Mia Lindya Sari

Nim : 212015246

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT
DI KOTA PALEMBANG

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Nama : Mia Lindya Sari

Nim : 212015246

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Mia Lindya Sari
Nim	: 212015246
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah Asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengannorma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Juli 2019

METERAI TEMPEL
6407AAFF885437232
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Mia Lindya Sari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Palembang
Nama	: Mia Lindya Sari
NIM	: 212015246
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsntrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal

Palembang, 31 Juli 2019

Pembimbing I

Zuhriyah, Hj, S.E, M.Si

NIDN :0018105606

Pembimbing II

Arniza Nilawati, S.E,M.M

NIDN :0215057001

Mengetahui

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen

HJ. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si

NIDN : 0216057001

PERSEMBAHAN DAN MOTO

MOTTO :

"Kesabaran itu ada dua macam:

Sabar atas sesuatu yang tidak kau ingin dan

Sabar menahan diri dari sesuatu yang kau ingini"

(Ali bin Abi Thalib)

"Tak ada masalah yang perlu dijadikan masalah jika masalah itu tidak dijadikan masalah yang bisa menghambat kesuksesan"

(Penulis)

Ku persembahkan Skripsi ini untuk yang selalu bertanya:

"Kapan Skripsimu selesai?"

Dengan Mengucap Rasa Syukur Allhamdulillah Kepada Allah Swt. Kupersembahkan Teruntuk Orang-orang Yang Kusayangi :

- **Ayahanda Ansel Tou dan Ibundaku Umi Sulimah yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat Ayah dan Ibu.**
- **Adik-adikku Dilla Seli, Marsen, Dinda dan Naura yang tersayang.**
- **Fernando RZ yang selalu memberikan dukungan, semangat dan selalu mengisi hari-hariku dengan canda tawa dan kasih sayangnya.**
- **Sahabat-sahabat terbaiku dan Teman-teman seperjuangan.**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum.wr.wb

Allhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir lewat penelitian sebagai bahan skripsi. Pada penelitian ini, penulisan skripsi ini dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Palembang. Atas selesainya penulisan ini ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ayahanda Ansel Tou, Ibunda Umi Sulimah tersayang dan Adik-adik saya Dilla, Marsen, Dinda dan Naura. Mereka adalah orang tua dan saudara yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, S.E.,MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si, dan Ibu Dr. Diah Isnaini A, S.E, M.M selaku Ketua dan wakil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Zuhriyah, Hj., S.E., M.Si selaku Pemimbing Satu penelitian yang telah mengajarkan, membimbing serta memberikan dorongan pada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Arniza Nilawati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Dua.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan nasihat yang membuat penulis termotivasi untuk semangat

belajar serta seluruh karyawan Universitas Muhammadiyah Palembang terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

7. Kepada Sahabatku Tersayang Nyayu Yuliana Audisi, Dini Aprilia, Messy Lubaidah dan Inthan Sintya terima kasih selalu berada disampingku dan menyemangatiku.

8. Terimakasih untuk Ka Feby yang selalu memberikan semangat dan teman bermainku saat suntuknya pembuatan skripsi.

9. Kepada sahabat sepermainanku yang selalu mengisi hariku dengan canda tawanya, terimakasih Ka Cindy, Ka Bila, Ka Narsya dan Agik.

10. Terima kasih untuk dulur-dulur ku Bimbi, Nabila, Anggun, Nadiya, Aldio, Dewa dan Robi telah memberikan semangat dan dukungan sampai sejauh ini.

11. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk memberikan bahan penulisan dalam skripsi

12. Teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi yang banyak membantu untuk penyelesaian skripsi ini, terkhusus untuk Penti, Lia, Dea, Yati, Ayutin, Adis dan Andam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca dan berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Palembang, Oktober 2019

(Mia Lindya Sari)

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar

Halaman Judul

Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....i

Halaman Pengesahan ii

Halaman Persembahan dan Moto.....iii

Halaman Prakata iv

Daftar Isi.....vi

Daftar Tabel viii

Daftar Gambar.....ix

Daftar Lampiran.....x

Abstrak xi

Abstrac xii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. RumusanMasalah..... 5
C.TujuanPenelitian..... 5
D. ManfaatPenelitian..... 5

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....7
B. Penelitian Sebelumnya 13
C. Hipotesis 14

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 15
B. Lokasi Penelitian 16
C. Operasionalisasi Variabel 17
D. Populasi Dan Sampling 18
E. Data Yang Diperlukan 20
F. Metode Pengumpulan Data 21
G. Analisis Data Dan TeknikAnalisis 22

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 29
B. Pembahasan Hasil Penelitian 47

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 54
B. Saran 54

BAGIAN AKHIR

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel III.1 Oprasionalisasi Variabel Penelitian 17

Tabel III.2 Pengukuran Kualitatif dan Kuantitatif 23

Tabel IV.1 Uji Validitas 31

Tabel IV.2 Uji Reliabilitas 32

Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 33

Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 34

Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 34

Tabel IV.6 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 35

Tabel IV.7 Pernyataan Responden Terhadap Produk 37

Tabel IV.8 Pernyataan Responden Terhadap Harga 38

Tabel IV.9 Pernyataan Responden Terhadap Tempat 39

Tabel IV.10 Pernyataan Responden Terhadap Promosi 41

Tabel IV.11 Analisis Regresi Linier Berganda 42

Tabel IV.12 Uji F 43

Tabel IV.13 Uji t 44

Tabel IV.14 Uji Koefisien Determinasi 46

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran 14

DAFTAR LAMIRAN

Lampiran 1	Form Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Data Jawaban Responden
Lampiran 3	Data dan Hasil Penelitian
Lampiran 4	Uji F
Lampiran 5	Uji T
Lampiran 6	Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 7	Surat Peryataan Selesai Melakukan Penelitian
Lampiran 8	Sertifikat Toefl
Lampiran 9	Sertifikat AIK
Lampiran 10	Sertifikat Bebas Plagiat
Lampiran 11	Biodata Penulis

ABSTRAK

Mia Lindya Sari /21 2015 246 / 2019 / Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Palembang / Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk pasta gigi pepsodent. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pembelian pada produk pasta gigi pepsodent.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian Asosiatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden merupakan pengunjung Palembang Indah Mall, Palembang Square, Palembang Icon dan Palembang Trade Center sebanyak 25 orang dari masing-masing mall tersebut, dengan teknik sampling non acak. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif dan Teknik Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian Y = 1,271 + 0,267 X1 + 0,202 X2 + 0,313 X3 + 0,551 X4. Hasil uji hipotesis menunjukan bahwa ada pengaruh signifikan bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pembelian dengan nilai F_{hitung} (51,395) > F_{table} (2,467). Sedangkan secara parsial ada pengaruh signifikan produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} (2,232) > t_{tabel} (1,985) Ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} (2,147) > t_{tabel} (1,985) Ada pengaruh signifikan tempat terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} (3,092)> t_{tabel} (1,985) dan Ada pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} (6,095)> t_{tabel} (1,985).

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRAC

Mia Lindya Sari /21 2015 246 / 2019 / Effect of Marketing Mix on Decisions of Purchasing Pepsodent Toothpaste in Palembang City / Marketing Management.

The formulation of the problem in this research is whether the marketing mix (product, price, place and promotion) affects the purchasing decisions on pepsodent toothpaste products. The purpose of this research was to determine the effect of the marketing mix (product, price, place and promotion) on purchasing decisions on pepsodent toothpaste products.

This research included the type of associative research. The sample in this research amounted to 100 respondents who were visitors to Palembang Indah Mall, Palembang Square, Palembang Icon and Palembang Trade Center as many as 25 people from each of these malls, with non random sampling techniques. The data used in this research are primary data. Methods of collecting data through questionnaires. The data analysis technique used is qualitative analysis and quantitative analysis and the analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of the research were Y = 1,271 + 0,267 X1 + 0,202 X2 + 0,313 X3 + 0,551 X4. The results of the hypothesis test show that there is a significant effect of the marketing mix (product, price, place and promotion) on purchasing decisions with a calculated F_{value} *(51,395)>* F_{table} *(2,467). While partially there is a significant effect of the product on purchasing decisions with a value of* t_{value} *(2,232)>* t_{table} *(1,985) There is a significant effect of price on purchasing decisions with a value of* t_{value} *(2,147)>* t_{table} *(1,985) There is a significant influence on purchasing decisions with a* t_{value} *(3,092)>* t_{table} *(1,985) and There is a significant effect of promotion on purchasing decisions with a value of* t_{value} *(6,095)>* t_{table} *(1,985).*

Keywords: Products, Prices, Places and Promotions for Purchasing Decisions.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan suatu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Pada dasarnya manusia sebagai konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup. Hal ini berarti konsumen tidak hanya membeli produk atau barangnya saja, akan tetapi yang dibeli adalah manfaat atau kegunaan dari produk tersebut. Keinginan dan kebutuhan manusia itu sifatnya tidak terbatas, tetapi sumber daya yang dimiliki terbatas. Oleh karena itu demi mendapatkan suatu barang untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut maka seseorang akan rela mengorbankan atau merelakan benda atau barang yang dimiliki, seperti uang atau benda-benda lainnya.

Pasta gigi merupakan kebutuhan penting bagi tiap individu di segala segmen dan demografi, sehingga produksi produk tersebut sangat tinggi setiap harinya seiring dengan tingginya permintaan. Kriteria produk pasta

gigi yang diinginkan konsumen diantaranya mengandung kandungan fluoride yang cukup, memiliki rasa segar, ekonomis, praktis, terkemas dengan baik dan menarik.

Pepsodent adalah pasta gigi yang paling terkenal dan tertua di Indonesia, sejak awal keberadaannya selalu memberikan keunggulan yang diminati oleh pelanggan. Pepsodent secara aktif mendidik dan mempromosikan kebiasaan menyikat gigi secara benar melalui program sekolah dan layanan pemeriksaan gigi gratis. Sejak itu Pepsodent telah melengkapi jajaran produknya mulai dari pembersihan dasar hingga pasta gigi dengan manfaat lengkap. Pepsodent merupakan salah satu merek pasta gigi yang popular dan dikenal luas oleh masyarakat. Merek ini mudah diingat oleh masyarakat di banding merek yang lain. Keunggulan suatu produk memang menjadi faktor determinan kedua yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk di pengaruhi oleh faktor perbedaan individu, pengaruh lingkungan dan proses psikologis. Kebanyakan konsumen memilih pasta gigi merek pepsodent dikarenakan sudah mendunianya kualitas yang sangat baik untuk produk pasta gigi. Dengan begitu setiap pembelian pasta gigi, konsumen cenderung mencari pasta gigi merek pepsodent terlebih dulu.

Berdasarkan latar belakang dapat diuraikan beberapa bauran pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di Kota Palembang.

Keputusan Pembelian konsumen terhadap Pasta Gigi Pepsodent masing-masing memiliki perilaku yang berbeda-beda. Begitu pula terhadap perilaku pembeliannya. Tiap-tiap individu dapat memilih berbagai macam keputusan pembeliannya. Sebelum melakukan pembelian suatu produk biasanya konsumen selalu merencanakan terlebih dahulu tentang barang apa yang akan dibelinya, jumlah, harga, tempat pembelian, dan lain sebagainya. Namun demikian ada kalanya proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen timbul begitu saja saat ia melihat suatu barang karena ketertarikannya, selanjutnya ia melakukan pembelian pada barang yang bersangkutan.

Produk pada pasta gigi merk pepsodent mempunyai Kualitas Produk yang sangat baik dan menarik. Dikemas dengan aman dan juga dibuat dengan beberapa variant rasa, yang membuat konsumen tidak bosan. Dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk pasta gigi pepsodent tentunya produk lain merasa tersaingi oleh adanya produk pasta gigi pepsodent. Poduk pasta gigi lainnya merasa tertantang untuk saling mengembangkan sebuah produk yang bisa menandingi ke populeran dari pasta gigi pepsodent tersebut.

Harga pasta gigi merk Pepsodent termasuk mahal untuk kalangan menengah kebawah. Semakin membeli pasta gigi yang memiliki variant rasa maka harganya semakin tinggi. Dikarenakan harga yang cukup tinggi konsumen lebih tertarik membeli pasta gigi merk lain, dengan kegunaan

yang sama dan harga relatif rendah konsumen lebih memilih untuk memeli pasta gigi merk lain.

Tempat penjualan dan pemasaran pasta gigi pepsodent sangat mudah ditemukan oleh konsumen. Melainkan di supermarket besar produk tersebut juga bisa ditemukan di warung-warung terdekat. Dengan strategisnya tempat penjualan pasta gigi pepsodent membuat konsumen tidak khawatir dengan keterbatasan pemakaian produk tersebut karena mudah ditemukan atau mudah dicari.

Promosi yang dibuat untuk memasarkan produk pasta gigi merk Pepsodent dahulu sangat baik. Contohnya mengiklankan produk ke televisi, menimbulkan dampak positif bagi anak dengan menggosok gigi sebelum tidur. Tetapi setelah semakin lama pasta gigi pepsodent dikenal oleh masyarakat semakin pula perusahaan pasta gigi pepsodent tersebut jarang membuat ilkan seperti dulu. Dengan kurangnya iklan, masyarakat cenderung ganti merk pasta gigi di karena kan banyak produk-produk baru yang membuat iklan dengan lebih menarik dan menjanjikan sebuah produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini berjudul **Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk pasta gigi pepsodent.

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

Apakah bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk pasta gigi pepsodent?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pembelian pada produk pasta gigi pepsodent

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Untuk menambah wawasan dan menerapkan teori-teori yang telah didapat selama dalam perkuliahan khususnya yang dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

   Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran khususnya mengenai

Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk pasta gigi Pepsodent.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto,S(2013) Manajemen Penelitian. Jakarta:Rineka Cipta.

Assauri,S(2012)Strategic Marketing. Cetakan satu. Edisi satu. Raja Grafindo Persada. Depok.

Basu Swastha(2011) Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta, Liberty Offset.

Husein, Umar(2011) Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.Edisi I l. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller(2012) Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jakarta.lndeks.

Kotler dan Amstrong(2012) Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid I, Edisi Ketigabelas, Jakarta:Erlangga.

Kotler, Philip(2011) Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta : Penerbit Selemba Empat.

Misbahudin, Iqbal Hasan(2013) Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, Jakarta, Bumi Aksara.

Fandy Tjiptono(2013) Manajemen Jasa, Penerbit ANDI YOGYAKARTA Majalah Info Bisnis, Edisi maret-Tahun keV1-2002

Siregar, Syofian(2013) Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta:PT Fajar Interpratama Mandiri

Sugiyono(2010) Metode Penelitian Bisnis.Edisi l, Bandung:Alfabeta.

Sugiyono(2012) Metode Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,• Kualitatif; dan R&D). Bandung:Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna(2015) Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suryadi, Didih(2011) Promosi Efektif "Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan ". Jakarta: PT.Suka Buku.

Suyonto, Danang(2014) Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Steven, 2014. Pengaruh Harga, Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Manado,Vol.2 No.3 September 2014.

Tjiptono, Fandy(2010) Strategi Pemasaran, Edisi 3,Yogyakarta:ANDI.